

“AUTO 18” CARWASH (Perencanaan Pengembangan Usaha Carwash)

¹Dicky Kurniawan, ²Charisma Ayu P
Jurusan Ilmu Ekonomi Manajemen, STIE MDP Palembang
e-mail :¹dickykrw3@gmail.com, ²Charisma@stie-mdp.ac.id

Ringkasan Eksekutif

“AUTO 18” merupakan pengembangan dari usaha yang telah ada dari 2011 dimana masih melakukan jasa pencucian mobil. Penulis mencoba melakukan pengembangan usaha dengan menambahkan layanan jasa yaitu *Steam Up Interior* dan layanan Cuci *Delivery* dengan tujuan memberikan konsumen pilihan yang lebih banyak dan memberikan kenyamanan. Segmentasi dari “AUTO 18” ada 3 aspek yaitu geografi, demografi dan psikografi, segmentasi “AUTO 18” dari aspek geografi dengan menargetkan calon konsumen yang datang dari wilayah Sekip yang dekat dengan perkantoran, hingga pertokoan yang ada di daerah sekitarnya. Dari aspek demografi “AUTO 18” dengan menargetkan pada usia mulai dari 17 sampai 50 tahun keatas dengan profesi dari mahasiswa, karyawan hingga pengusaha. Aspek psikografi “AUTO 18” adalah dengan menawarkan jasa ini kepada calon konsumen dapat terlihat tentang kepribadian, kebersihan dan hobi terhadap mobil yang dimilikinya. Dengan modal yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha ini Rp 71.575.000. Dari analisis kelayakan usaha menggunakan *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return* dapat disimpulkan oleh penulis bahwa “AUTO 18” dikatakan layak karena telah lebih dari *BI rate* 6.5% yang telah di tentukan dengan melakukan pengembangan usaha yang baik.

Kata Kunci : Cucian Mobil, Layanan Jasa, “AUTO 18”.

Executive Summary

““AUTO 18”” is the development of a business which has been available since 2011 , where it still offered their service to wash cars. The writer tried to develop his business by adding another service which was *Steaming Interior* and *Delivery Wash*. It is with the thought of adding the options for customers and to be more convinient. “AUTO 18” has 3 aspects which are geographic , demographic, and psycographic. From the geographic, is to make customers from around the office or around the store. While the demographic aspect is to make customers from the age of 17 until 50. With the profession as a students , employees, or business man. The psycographic aspect, is offering this service to customers can show the personalities , hobbies, and interest of the person to the car. The capital to develop this business is Rp 71.575.000. From the financial analysis of *Payback period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, the writer declared that “AUTO 18” fulfilled the requirements because has passed *BI rate* by 6.5% with good developments.

Keywords: Carwash, Service, “AUTO 18”.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Pada saat ini usaha bidang jasa cucian mobil di Kota Palembang sangat berkembang karena bertambahnya jumlah dari volume mobil yang bertambah setiap tahunnya. Dari hasil studi yang dilakukan Pemerintah Provinsi (Pemprov) Sumsel sejak 2012, lalu lintas di 10 jalan protokol di Kota Palembang akan mengalami macet total pada 2019. Sepuluh jalan protokol di Kota Palembang memiliki luas 161.000 dengan kapasitas mampu menampung 17.679 unit kendaraan per jam. Namun volume kendaraan yang saat ini sebanyak 54.806 unit per jam, akan meningkat menjadi 83.027 unit per jam pada 2019. (SRIWJAYA-POST, 2016). Bisnis jasa ini tidak mengenal musim, baik musim panas maupun musim hujan. Pada musim hujan, kecenderungan terjadi lonjakan peningkatan pengguna jasa cucian kendaraan bermobil. Penyebabnya adalah ketika mobil sehabis terkena hujan harus segera dicuci agar tidak korosi atau karat. Jasa cuci mobil akan memudahkan masyarakat daripada mencucinya sendiri karena dalam penggunaan air yang di semporkan dengan tekanan tinggi sehingga tingkat kebersihannya akan lebih besar dan juga dalam pencucian mobil sendiri, bawah mobil tidak dapat dibersihkan tetapi dengan jasa pencucian mobil dengan mesin hidorlik bawah mobil dapat dibersihkan dan menghilangkan tingkat karat pada mobil itu sendiri. Melihat Fakta yang telah terjadi diyakini usaha cuci mobil akan terus diburu oleh para pemilik kendaraan. Disamping hasil lebih bersih, jaminan kendaraan akan terbebas dari korosi dan kerusakan lain akan terjaga. Banyaknya kebutuhan masyarakat akan pencucian mobil ini juga akan bertambah setiap

tahunnya. Pemilik mobil lebih dominan mencuci di tempat pencucian mobil dikarenakan sibuk dengan pekerjaan dan tidak ada mempunyai waktu khusus untuk mencuci mobilnya sendiri, selain itu mereka memiliki keterbatasan dalam menjangkau bagian – bagian mobil seperti bawah mobil, oleh sebab itu pemilik mobil lebih memilih ketempat cucian dibandingkan mencuci mobilnya sendiri.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

1.2.1 Visi :

Mampu memberikan pelayanan dan hasil kinerja yang terbaik kepada konsumen agar dapat menjadi usaha cucian mobil ternama di Kota Palembang.

1.2.2 Misi :

1. Memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen.
2. Memprioritaskan kepuasan konsumen.
3. Melakukan inovasi terhadap jasa yang diberikan.
4. Mengutamakan kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.
5. Memberikan hasil kinerja yang terbaik kepada konsumen.

1.2.3 Tujuan :

1. Membangun usaha yang menguntungkan bagi sekitar, perusahaan dan konsumen.
2. Menjadikan perusahaan yang mengutamakan *good corporate governance* bagi negara.
3. Memberikan kemudahan bagi konsumen dalam merawat mobil.
4. Membangun *relationship* yang luas dengan konsumen.
5. Membuka lapangan kerja di Kota Palembang.

2. GAMBARAN USAHA

Usaha yang akan dikembangkan adalah usaha jasa pencucian mobil yang di mana pencucian mobil ini berada di pertengahan kota dimana lokasi jasa ini sangat strategis karena berada pada kantor- kantor yang berada di jalan May Salim Batubara No:1133 (Sekip Pangkal) Palembang. Dan usaha ini menerima

pengantaran pada mobil yang memiliki jangkauan dekat dengan lokasi usaha ini. Karena awal cucian “**AUTO 18**” ini hanya membuka untuk pencucian biasa yang mobil masuk lalu dinaikan ke hidrolik dan juga di bersihkan bagian bawah mobil sehingga mobil akan terhindar dari karat-karat mobil karena dalam perjalanan mobil dan penggunaan mobil pasti mengalami percikan dan nempelnya air yang kotor yang bekas dari hujan tersebut. Tetapi dengan perkembangan yang ada dan peminat yang cukup meningkat maka penulis memutuskan untuk memberikan layanan pencucian interior dengan steam uap agar calon konsumen lebih tertarik dan juga tingkat pelayanan yang di tingkatkan sehingga calon konsumen akan merasa puas dengan jasa cucian “**AUTO 18**” ini. Selain itu penulis memberikan inovasi baru terhadap konsumen dengan cara memberikan fasilitas cuci ditempat pelanggan. Penulis melakukan inovasi peningkatan pengembangan ini karena kota Palembang belum ada yang memberikan fasilitas cuci ditempat, penulis juga ingin memberikan sesuatu yang baru kepada konsumennya. Keunggulan dan kelebihan usaha “**AUTO 18**” yang dapat menarik konsumen dari pesaing adalah sebagai berikut :

1. Sistem cuci ditempat konsumen yang lebih praktis.
2. Harga yang kompetitif .
3. Air yang digunakan bukan air sumur sehingga mengurangi ancaman karatan pada mobil.
4. Hasil cucian yang di garansi bersih, jika tidak bersih mobil konsumen langsung dicuci ulang.
5. Kemudahan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan via telepon.
6. Dapat mencuci *interior* yang berupa cuci dengan steam uap yang belum banyak dilakukan pesaing.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*

3.1.1 Segmentasi

Segmentasi “**AUTO 18**” dari sisi geografi adalah calon konsumen yang datang dari wilayah Sekip yang dekat dengan perkantoran hingga pertokoan yang ada di Kota Palembang. Untuk sisi demografi “**AUTO 18**” menargetkan pada usia mulai dari 17 sampai 50 tahun keatas dengan profesi calon konsumen dari mahasiswa, karyawan sampai pengusaha. Dari sisi psikografis, menawarkan jasa ini kepada calon konsumen yang memiliki kepribadian tentang kebersihan dan hobi terhadap mobil yang dimiliki.

3.1.2 *Targeting*

Targeting dari “**AUTO 18**” adalah pengusaha dan karyawan yang berada di sekitaran lokasi usaha ini.

3.1.3 *Positioning*

Positioning “**AUTO 18**” memiliki kelebihan tersendiri dimana lokasi usaha ini dekat dengan perkantoran dan toko-toko yang ramai dengan pengunjung dan berada di tengah kota dan mudah di jangkau oleh calon konsumen itu sendiri. Selain eskterior mobil ,”**AUTO 18**” menawarkan jasa pelayanan interior jadi semua mobil akan terlihat bersih dan nyaman dan sangat dicari oleh calon konsumen itu sendiri.

3.2. Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

Bedasarkan tabel di bawah, jumlah pendapatan dari waktu operasional yang dimiliki oleh “**AUTO 18**” dari tahun 2017 sampai dengan 2019 mengalami kenaikan 20 % setelah di kembangkan usaha pada tahun 2017 dengan menambahkan steam uap.

Tabel 3.1 Permintaan Sebelum Pengembangan “AUTO 18**”**

Tahun	Permintaan Sebelum Pengembangan (unit)
2012	3.069 unit
2013	3.107 unit
2014	3.122 unit
2015	3.285 unit
Jumlah	12.583 unit

Sumber : Penulis, 2016

**Tabel 3.2 Perkiraan Permintaan
“AUTO 18”**

Tahun	Perkiraan Permintaan (unit)
2017	4.270 unit
2018	5.551 unit
2019	7.216 unit
Jumlah	17.037 unit

Sumber : Penulis, 2016

b. Perkiraan Penawaran

Perkiraan penawaran diambil dari pesaing yang sudah memiliki jumlah dan harga yang kira-kira sama dengan “AUTO 18”.

**Tabel 3.3 Perkiraan Penawaran
Pesaing “AUTO 18”**

Nama Usaha Pesaing	Penawaran /Tahun (Dalam Unit)
FN carwash	2.987 unit
Jumlah	2.987 unit

Sumber : Hasil Wawancara Langsung, 2016

3.3 Rencana Penjualan

**Tabel 3.4 Rencana Penjualan
“AUTO 18”**

Tahun	Permintaan (A)	Penawaran (B)	Peluang (A-B)	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2017	4.270 unit	2.500 unit	1.700 unit	1.020 unit	60%
2018	5.551 unit	3.250 unit	2.301 unit	1.427 unit	62%
2019	7.216 unit	4.225 unit	2.991 unit	1.884 unit	63%

Sumber : Penulis, 2016

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan adalah jasa steam uap yang di semprotkan ke *interior* mobil sehingga akan lebih terlihat bersih dan juga menghilangkan bau yang tidak sedap dari *interior* mobil tersebut. Selain itu juga “AUTO 18” juga menyediakan layanan cuci di tempat konsumen di mana pekerja “AUTO 18” akan mendatangi alamat yang dituju yang telah di tentukan seperti veteran , rajawali dan sekip. Berikut gambar produk “AUTO 18”.



Sumber: Penulis, 2016

**Gambar 3.1 Contoh produk
“AUTO 18”**

“AUTO 18” dengan nama diartikan sebagai kepimilikan penulis yang berwarna merah berarti dapat mengalahkan para pesaingnya, dan latar warna hitam dengan *bubble* dan dibantu dengan tulisan *car wash* mendandakan bahwa usaha ini merupakan usaha cucian mobil dan tulisan alamat sebagai penanda jalan agar calon konsumen lebih jelas. Berikut contoh logo yang digunakan “AUTO 18”:



Sumber: Penulis, 2016

Gambar 3.2 Logo “AUTO 18”

3.4.2 Harga (*Price*)

Harga yang diterapkan “AUTO 18” sudah merupakan harga yang kompetitif dengan pesaing. Untuk harga telah disesuaikan dengan pesaing dengan harga Rp40.000–Rp45.000 untuk cuci mobil eksterior harga sudah termasuk semir ban, vacuum, dan karpet kertas sedangkan untuk *interior* mobil harga Rp150.000 dan untuk cuci ditempat konsumen harga Rp60.000.

3.4.3 Promosi (*Promotion*)

“AUTO 18” melakukan promosi dengan brosur, selain itu “AUTO 18” menggunakan promosi *word of mouth* dengan cara memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen sehingga konsumen bisa menceritakan pengalamannya mencuci mobil di “AUTO 18”. “AUTO 18” juga melakukan promosi dengan memberikan kartu nama dan memberikan karpet kertas yang berlogo “AUTO 18”. Berikut gambar promosi yang dilakukan “AUTO 18” :



Gambar 3.3 Brosur “AUTO 18”



Gambar 3.4 Layout Alas Kaki
“AUTO 18”

3.4.4 Tempat / Distribusi (*Placement*)

“AUTO 18” bertempat di jalan May Salim Batubara No.1133 Palembang karena lokasi dari pencucian ini berada di pinggir jalan yang berada dekat dengan pertokoan hingga jalan besar yang sangat strategis untuk menjadi tempat pencucian mobil. Karena itulah penulis memilih tempat usaha “AUTO 18” di pinggir jalan yang akses mudah sehingga memiliki potensi pasar yang tinggi.

3.4.5 Sumber Daya Manusia (*People*)

“AUTO 18” memperkerjakan sumber daya manusia sebanyak 3 orang, karena bagi penulis sumber daya manusia 3 juga sudah cukup dalam melakukan pekerjaan tersebut. Dengan tujuan utama saling bekerja sama, dan kepuasan konsumen menjadi tujuan utama. Dengan adanya pengembangan maka “AUTO 18” menambahkan 2 orang pekerja lagi untuk menjalankan pengembangan tersebut.

3.4.6 Proses (*Process*)

“AUTO 18” menjalankan prosesnya dengan cepat dan terstruktur. Untuk proses awal konsumen langsung datang ketempat

pencucian “AUTO 18”. Setelah itu mobil langsung di naikan ke hidrolik dengan pencucian awal yang di bersihkan debu setelah itu pencucian bawah mobil serta seluruh mobil hingga bersih, yang kemudian mobil di shampoo seluruhnya agar lebih menjamin kebersihan yang telah dilakukan.



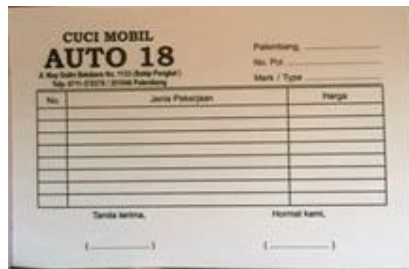
Gambar 3.5 Proses Produksi
“AUTO 18”

3.4.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

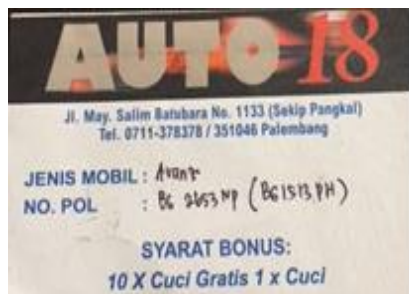
Untuk *physical evidence* “AUTO 18”, maka sebuah perusahaan harus memiliki baju yang membuat perusahaan tersebut terlihat menyatu dan memiliki baju yang bersama sama di gunakan untuk setiap waktu kerjanya sebagai ciri khas bukti sahnya dikerjakan oleh “AUTO 18”, untuk setiap mobil di cuci oleh “AUTO 18” diberikan karpet bertulis lambang “AUTO 18” dan nota “AUTO 18”, dengan fungsi garansi mobil bersih.



Gambar 3.6 Desain Baju Seragam
“AUTO 18”



Gambar 3.7 Nota “AUTO 18”



Gambar 3.8 Kartu Member “AUTO 18”



Gambar 3.9 Kartu Nama “AUTO 18”

3.5 SWOT

3.5.1 Kekuatan

1. Memiliki nama yang di telah di kenal konsumen “AUTO 18” telah beroperasi selama 5 tahun , maka konsumen pun sudah mengetahui kinerja yang diberikan kepada konsumen dan “AUTO 18” menjaga kinerja itu semua agar konsumen lama tidak berpindah ke tempat lain.
2. Harga yang berkompetitif karena “AUTO 18” menyesuaikan dengan pesaing yang ada di Kota Palembang yang membuat konsumen tidak berfikir bahwa harga yang di tawarkan “AUTO 18” itu lebih

tinggi dari pada pesaing yang ada.

3. Karyawan yang ramah dan bertanggung jawab karena “AUTO 18” menerapkan kepada karyawan untuk melakukan sikap yang baik dan juga bertanggung jawab dari pekerjaan yang telah di lakukannya agar tidak ada kendala dalam melakukan pekerjaan tersebut.
4. Memberikan tingkat kepuasan dengan kebersihan mobil karena “AUTO 18” harus mengutamakan kepuasan dan kebersihan dari mobil itu sendiri yang setelah di cuci agar konsumen dapat mendapatkan hasil yang memuaskan dari kinerja “AUTO 18”.

3.5.2 Kelemahan

1. Konsumen yang masih mencari harga yang lebih murah karena banyaknya konsumen yang membandingkan harga dari pada pesaing bukan melihat dari hasil kinerja yang diberikan.
2. Kurang pedulinya konsumen terhadap mobil sendiri karena banyaknya konsumen yang tidak memelihara kebersihan dari mobil tersebut dan juga konsumen kurang peduli dengan kecantikan mobil.
3. Dalam sistem cuci delivery masih menggunakan listrik & air konsumen karena “AUTO 18” hanya menyediakan jasa pelayanan cuci delivery, maka konsumen yang memesan jasa cuci delivery harus bersedia untuk menggunakan listrik & airnya sendiri.

3.5.3 Peluang

1. Masih belum ada banyak pencucian di sekitaran “AUTO 18” karena di daerah “AUTO 18” hanya memiliki 2 pencucian yang jaraknya berjauhan, maka penulis dapat

menyimpulkan bahwa masih banyaknya peluang yang akan di dapat oleh “AUTO 18”

2. Pada musim hujan mobil akan kotor karena konsumen akan lebih banyak berdatangan ke tempat pencucian, dimana mobil tersebut akan memiliki bercak-bercak air akibat hujan dan juga air kotor akan membuat mobil lebih cepat berkarat apabila tidak dilakukan pencucian.

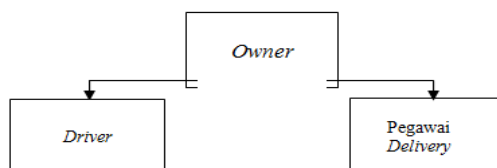
3.5.4 Ancaman

1. Munculnya pesaing baru karena masih banyaknya peluang untuk membuka usaha cuci mobil ini dan juga dalam segi jalan sangat cocok untuk membuka usaha ini.
2. Pada musim panas jarang untuk membersihkan mobil karena pada musim panas mobil tidak akan kotor dan hanya memiliki debu-debu akibat jalan yang membuat konsumen tidak perlu untuk ke pencucian untuk dibersihkan.
3. Pengeluaran biaya operasional yang tidak sedikit karena banyaknya pengeluaran yang dilakukan “AUTO 18” dalam segi listrik dan air, belum lagi gaji yang harus di bayar.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama Usaha : “AUTO 18”
 Nama Pemilik : Dicky Kurniawan
 Alamat Usaha : Jl. May Salim Batubara
 No: 1133 Palembang
 Struktur Organisasi:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.2 Perijinan

“AUTO 18” CAR WASH” menggunakan perijinan sebagai berikut:

1. Pembuatan Surat Izin Gangguan.



Gambar 4.2 Izin Gangguan “AUTO 18”

2. Pembuatan Surat Izin Lingkungan.



Gambar 4.3 Izin Lingkungan “AUTO 18”

3. Pembuatan Surat Izin Usaha “AUTO 18”



Gambar 4.3 Izin Usaha “AUTO 18”

4.3 Kegiatan Pra Oprasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 4.1 Kegiatan Pra Operasi

Kegiatan	Uraian Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan
Survei Pasar	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan survei lokasi atau usaha disekitarnya Melakukan proses tinjau lokasi Memberikan kuisoner untuk melihat hasil kinerja Auto18 	1 bulan
Menyusun Rencana Usaha	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan desain untuk pengembangan Auto18 Melakukan renovasi tempat yang terlihat kusam/kotor Memerikan fasilitas dan kenyamanan pelanggan 	1 bulan
Perizinan	<ul style="list-style-type: none"> Memperpanjang surat perizinan sebelum jatuh tempo dan masa izin usaha berakhir Mem bayar retribusi-retribusi berkaitan dengan usaha Auto18 	2 bulan
Survei Mesin dan Peralatan	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan maintance hidrolik dan pompa air Mencuci penampungan air / tedmon untuk menjaga kebersihan air Menukarkan perlatan yang sudah habis masa pakai 	2 bulan
Pemasangan Sarana Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> Memperbaiki spanduk yang telah rusak Menyebarkan brosur didaerah sekitar dan di Kota Palembang 	3 bulan
Uji Coba Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan hubungan baik dengan masyarakat setempat Melakukan jasa pelayanan dengan berkualitas dan bergaransi Melakukan check list setelah pencucian mobil di Auto18 	3 bulan

Sumber : Penulis, 2016

Tabel 4.2 Kegiatan Pra Pelaksanaan “AUTO 18”

Kegiatan	Uraian Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan
Survei Pasar	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan survei lokasi atau usaha disekitarnya Melakukan proses tinjau lokasi Memberikan kuisoner untuk melihat hasil kinerja Auto18 	1 bulan
Menyusun Rencana Usaha	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan desain untuk pengembangan Auto18 Melakukan renovasi tempat yang terlihat kusam/kotor Memerikan fasilitas dan kenyamanan pelanggan 	1 bulan
Perizinan	<ul style="list-style-type: none"> Memperpanjang surat perizinan sebelum jatuh tempo dan masa izin usaha berakhir Mem bayar retribusi-retribusi berkaitan dengan usaha Auto18 	2 bulan
Survei Mesin dan Peralatan	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan maintance hidrolik dan pompa air Mencuci penampungan air / tedmon untuk menjaga kebersihan air Menukarkan perlatan yang sudah habis masa pakai 	2 bulan
Pemasangan Sarana Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> Memperbaiki spanduk yang telah rusak Menyebarkan brosur didaerah sekitar dan di Kota Palembang 	3 bulan
Uji Coba Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan hubungan baik dengan masyarakat setempat Melakukan jasa pelayanan dengan berkualitas dan bergaransi Melakukan check list setelah pencucian mobil di Auto18 	3 bulan

Sumber : Penulis, 2016

4.4 Inventaris Kerja dan Supply Kantor

Tabel 4.3 Inventaris Kerja Kantor “AUTO 18”

Inventaris	Merek	Jumlah	Harga	Jumlah Harga
1. Mobil Second	Mitsubishi Colt T120SS	1	Rp. 22.875.000	Rp. 22.875.000
2. Komputer	Intel	1	Rp. 4.000.000	Rp. 4.000.000
3. Printer	Canon MP-287	1	Rp. 850.000	Rp. 850.000
Total Inventaris Kantor				Rp. 27.725.000

Sumber : Penulis, 2016

Tabel 4.4 Supply Kantor “AUTO 18”

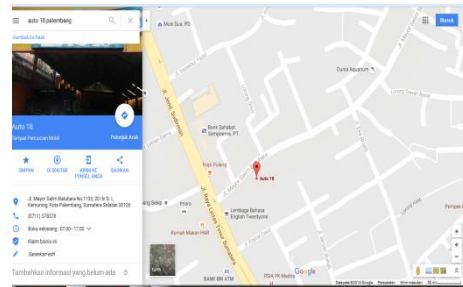
Jenis/Biaya/Supply Kantor	Unit	Harga per unit	Total
1. Buku	2	Rp. 20.000	Rp. 40.000
2. Nota	5 pack	Rp. 14.000	Rp. 70.000
3. Stempel AUTO 18	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
4. Pena	1 Lusin	Rp. 36.000	Rp. 36.000
5. Kertas A4	1 Rim	Rp. 34.000	Rp. 34.000
6. Tinta Printer	2 (Hitam&Warna)	Rp. 60.000	Rp. 120.000
Total Supply Kantor			Rp. 350.000

Sumber : Penulis, 2016

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi usaha yang “AUTO 18” gunakan untuk menjalankan pengembangan usaha ini adalah Jalan May Salim Batubara No.1133 (Sekip Pangkal) Palembang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan lokasi yang berada di simpang 4 lampu merah yang tidak jauh dari pemukiman warga yang menjadi salah satu wilayah untuk menjalankan usaha dengan baik dan juga lokasi ini sangat berada di tengah kota yang melewati “AUTO 18”, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

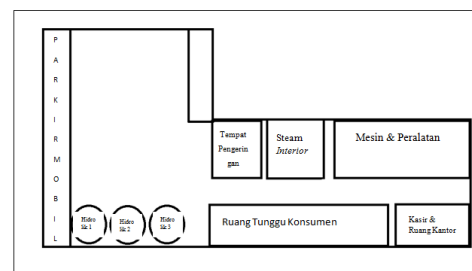


Gambar 5.1 Denah Lokasi “AUTO 18”



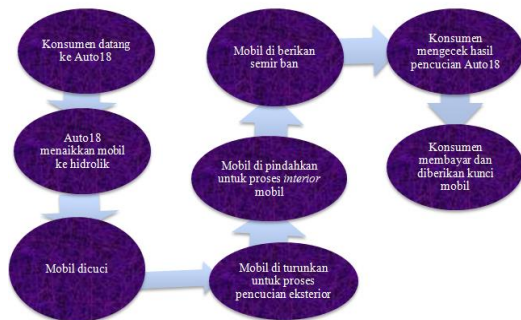
Gambar 5.2 Lokasi Dalam “AUTO 18”

5.2 Tata Letak



Gambar 5.3 Rencana Tata Letak “AUTO 18”

5.3 Proses Produksi



Gambar 5.4 Skema Proses Produksi “AUTO 18”

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Tabel 5.1 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan Baku	Bahan Pembantu
Shampoo Mobil	Kaneboo Mobil
Sabun Mobil	Pembersih Interior
Semir Ban	Sikat Ban

Sumber : Penulis, 2016

5.5 Tenaga Produksi

“AUTO 18” menggunakan 3 karyawan, yang terbagi atas 3 orang untuk mencuci *eksterior* mobil, dan karena adanya pengembangan maka “AUTO 18” akan menambahkan 2 orang karyawan yang terbagi atas 1 orang pencuci *delivery* yang nantinya akan mencuci di tempat konsumen dan 1 orang *driver* untuk mengantarkan pencuci *delivery* ketujuannya.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Tabel 5.2 Mesin dan Peralatan

NamaBarang	Unit	Harga(Rp)
Hidrolik <i>pump lifting</i> Krisbow	3	75.000.000
Vacum Cleaner	2	10.000.000
Water Steam	5	10.000.000
Kompresor	1	15.000.000
Total		110.000.000

Sumber : Penulis, 2016

5.7 Tanah, Gedung dan Perlengkapannya

“AUTO 18” menggunakan tanah seluas 1.200 m yang terletak di Jalan May Salim Batubara No. 1133

(Sekip Pangkal). Gedung “AUTO 18” dengan tata letak adalah tempat pencucian mobil, pengeringan mobil, proses steam uap interior, ruang kantor, ruang tunggu dan juga gudang sekaligus tempat penyimpanan mesin & peralatan tersebut.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Sumber permodalan usaha “AUTO 18” yaitu berasal dari orang tua.

Tabel 6.1 Sumber Pendanaan untuk pengembangan “AUTO 18”

Keterangan	Jumlah Modal
Orang Tua	Rp 71.575.000
Total	Rp 71.575.000

Sumber : Penulis, 2016

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/ Modal Investasi

Modal yang dibutuhkan oleh “AUTO 18” untuk mengembangkan usaha ini.

Tabel 6.2 Perkiraan Pengembangan Modal “AUTO 18”

NamaBarang	Unit	Harga
Mobil Mitsubishi Colt T120SS	1	Rp 22.875.000
Steam Uap	1	Rp 3.200.000
Vacum Cleaner	1	Rp 5.000.000
Total		Rp 31.075.000

Sumber : Penulis, 2016

Tabel 6.3 Depresiasi Peralatan Usaha Jasa “AUTO 18”

No	Uraian	Nilai Beli (a)	Nilai Residu (b)	Umur Ekonomis (n)	Depresiasi (a-b/n)
1	Mobil <i>Pick Up Second</i>	22.875.000	11.437.500	5 tahun	2.287.500
2	Steam Uap	3.200.000	1.600.000	2 tahun	800.000
3	Vacum Cleaner	5.000.000	2.500.000	2 tahun	1.250.000
Total Biaya Depresiasi					4.337.500

Sumber : Penulis, 2016

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Tabel 6.4 Kebutuhan Modal Kerja Usaha Jasa “AUTO 18”

No	Uraian	Harga	Unit	Total
1.	Biaya Oli Hidrolik Pertama	Rp 36.000/Liter	70 Liter	Rp 2.520.000
2.	Biaya Sabun Colek	Rp 18.000/Dus	15 Dus	Rp 270.000
3.	Biaya Shampoo Mobil	Rp 30.000/Liter	10 Liter	Rp 300.000
4.	Biaya Sikat Ban	Rp 27.000/Lusin	5 Lusin	Rp 135.000
5.	Biaya Obat Steam Uap & Kaneboo Mobil	Rp 150.000	50 Mobil	Rp 150.000
TOTAL				Rp 3.375.000

Sumber : Penulis, 2016

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

6.4.1 Payback Period

Payback Period (PP) adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas yang diterima. (Sutrisno 2013,h.131)

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Cashflow}} \times 12 \text{ bulan}$$

Jumlah Investasi = Rp 71.575.000

Arus Kas tahun ke 1 = Rp 3.642.200 (-)
= Rp 67.932.800

$$PP = \frac{67.932.800}{120.833.400} \times 12 \text{ bulan} = 0.67 \text{ (Dibulatkan menjadi 7)}$$

Jadi, *Payback Period* “**AUTO 18**” adalah 1 tahun 7 bulan.

6.4.2 Net Present Value

NPV adalah perhitungan nilai sekarang dari setiap arus kas masuk dan arus kas keluar. Jika NPV memiliki nilai positif maka dikatakan layak, jika NPV bernilai *negative* maka dikatakan tidak layak. (Brigham dan Houston 2012) Berikut perhitungan NPV menggunakan *discount rate* dengan BI *rate* sebesar 6.5 % (Bank Indonesia, 21 Juli 2016).

Net Present Value(NPV)

$$\begin{aligned} &= \sum_{t=0}^n \left[\frac{CF_t}{(1+K)^t} \right] \\ &= -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+K)^1} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \frac{CF_3}{(1+K)^3} \\ &= \frac{3.642.000}{(1+0.065)^1} + \frac{120.833.400}{(1+0.065)^2} + \frac{171.792.600}{(1+0.065)^3} - 71.575.000 \\ &= 3.878.594 + 136.999.320 + 207.478.986 - 71.575.000 \\ &= 276.781.900 \end{aligned}$$

Keterangan :

CF_0 = Arus kas keluar di muka
 CF_1 = Arus kas tahun pertama
 CF_2 = Arus kas tahun kedua
 CF_3 = Arus kas tahun kedua
 n = Jumlah tahun
 K = BI *Rate*

Nilai NPV DS positif yaitu sebesar Rp 276.781.900, yang artinya usaha “**AUTO 18**” di katakan layak.

6.4.3 Internal Rate of Return

Internal Rate Of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Tabel 6.5 Hasil Perhitungan IRR dari Discount Factor

Tahun	Kas Bersih	DF (77%)	PV Kas Bersih	DF (78%)	PV Kas Bersih
1	Rp 3.642.200	0.5650	Rp 2.057.843	0.5618	Rp 2.046.188
2	Rp 120.833.400	0.3192	Rp 38.570.021	0.3156	Rp 38.135.021
3	Rp 171.792.600	0.1803	Rp 30.974.206	0.1773	Rp 30.458.828
Total PV Kas Bersih			Rp 71.602.070		Rp 70.640.037
Total PV Investasi			Rp 71.575.000		Rp 71.575.000
NPV		1	Rp 27.070	2	(Rp 934.963)

Sumber : Penulis, 2016

$$\begin{aligned} IRR &= i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (i_2 - i_1) \\ &= 77\% + \frac{27.070}{27.070 - (-934.963)} \times (78\% - 77\%) \\ &= 77\% + \frac{27.070}{962.033} \times 1\% \\ &= 77\% + 0.03\% \\ &= 77.03\% \end{aligned}$$

Dalam tabel “*Present Value Interest Factor For One Dollar Annuity* (PVIFA)” untuk mencari besarnya angka Discount Factor (DF) yang mendekati hasil PP. Untuk perhitungan ini penulis mempergunakan data sampai tahun ke 3 atau dari hasil perhitungan poin PP didapatkan adalah 0.73. Melihat dari tabel “*Present Value Interest Factor For One Dollar Annuity* (PVIFA)”, tahun ke 3 yang hasilnya mendekati 0.62 adalah 77%.

6.5 Analisis Keuntungan

6.5.1 BEP dalam unit (orang)

1. Tahun 2017 = 1.046 unit
2. Tahun 2018 = 325 unit
3. Tahun 2019 = 233 unit

6.5.2 BEP dalam rupiah

1. BEP Tahun 2017 = Rp 218.218.218
2. BEP Tahun 2018 = Rp 68.571.428
3. BEP Tahun 2019 = Rp 48.979.591

6.6 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah neraca dalam perhitungan laba laporan perubahan posisi keuangan (misalnya, laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan (Irfan F,2014, h.33).

6.6.1 Laporan Laba Rugi :

**Tabel 6.6 Laporan Laba Rugi
“AUTO 18”**

Keterangan	2017	2018	2019
Total Penjualan	Rp 116.280.000	Rp 162.660.000	Rp 214.740.000
Biaya :			
Biaya Persediaan Barang	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
Biaya Gaji	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
Biaya Transportasi	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.800.000
Biaya Air dan Listrik	Rp 8.400.000	Rp 8.700.000	Rp 9.000.000
Beban Depresiasi	Rp 4.337.500	Rp 4.337.500	Rp 4.337.500
Total Biaya	Rp 72.043.000	Rp 44.537.000	Rp 45.137.500
Laba Sebelum Pajak	Rp 44.237.000	Rp 118.123.000	Rp 169.602.500
Pajak 1%	(Rp 1.162.800)	(Rp 1.626.600)	(Rp 2.147.400)
Laba Setelah Pajak	Rp 43.074.200	Rp 116.496.400	Rp 167.455.100

Sumber: Penulis, 2016

6.6.2 Laporan Perubahan Modal

**Tabel 6.7 Laporan Perubahan
Modal “AUTO 18”**

Keterangan	2017	2018	2019
Modal Akhir	Rp 71.575.000	Rp 114.649.200	Rp 231.145.600
Laba Bersih	Rp 43.074.200	Rp 116.496.400	Rp 167.455.100
Modal Akhir	Rp 114.649.200	Rp 231.145.600	Rp 398.600.700

Sumber: Penulis, 2016

6.6.3 Laporan Neraca

**Tabel 6.8 Laporan Neraca
“AUTO 18”**

Pos-pos Neraca	2017	2018	2019
Aktiva Lancar			
Kas	Rp 114.649.200	Rp 231.145.600	Rp 398.600.700
Persediaan	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
T. Aktiva Lancar	Rp 120.649.200	Rp 237.145.600	Rp 404.600.700
Aktiva Tetap			
Mesin	Rp 31.075.000	Rp 31.075.000	Rp 31.075.000
Akm. Penyusutan	(Rp 4.337.500)	(Rp 4.337.500)	(Rp 4.337.500)
T. Aktiva Tetap	Rp 26.737.500	Rp 26.737.500	Rp 26.737.500
Total Aktiva	Rp 147.386.700	Rp 263.883.100	Rp 431.338.200
Passiva			
Hutang			
Hutang Lancar	Rp 0	Rp 0	Rp 0
Modal Akhir	Rp 147.386.700	Rp 263.883.100	Rp 431.338.200
Total Passiva	Rp 147.386.700	Rp 263.883.100	Rp 431.338.200

Sumber: Penulis, 2016

DAFTAR PUSTAKA

Anonim,2016, *Segmentasi Pasar Berdasarkan Pembagiannya dan Contohnya*, Diakses 15 Agustus 2016, dari www.ciputrauceo.com.

Anonim,2016, *Pengertian Segmentasi, Targeting dan Positioning*, Diakses 15 Agustus 2016, dari www.e-journal.uajy.ac.id.

Bank Indonesia,2016, *Data Rata-rata Inflasi Tahun 2015*, Diakses 1 Oktober 2016, dari www.bi.go.id.

Bank Indonesia,2016, *Data BI Rate 2016*, Diakses 1 Oktober 2016, dari www.bi.go.id.

Buchari,Erika,2015, *Badan Pusat Statistik Kota Palembang 2014*, Diakses 28 Agustus 2016, dari www.journal.unpar.ac.id.

Irfan,F,2014,*Laporan Keuangan*, Halaman 33, Diakses 29 Agustus 2016, dari www.repository.widyatma.ac.id

Kasmir and Jakfar,2012, *Pengertian Internal Rate of Return*, Di akses 9 September 2016, dari www.kelincicoklatdiary.wordpress.com.

Kotler,Philip and Gary Amstrong,2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Diakses 28 Agustus 2016, dari www.repsitory.widayatama.ac.id.

Sutrisno,2013,*Pengertian Payback Period*, Halaman 131, Diakses 8 September 2016, dari www.repository.widyatma.ac.

